

KOREAN PATENT ABSTRACT (KR)

PUBLICATION

(51) IPC Code: G06F 17/60

(11) Publication No.: P1999-0083975

(43) Publication Date: 6 December 1999

(21) Application No.: 10-1999-0037457

(22) Application Date: 3 September 1999

(71) Applicant:

Antb Inc.

18 2F Techno Mart, 546-4 Gooeu-dong, Gwangjin-gu, Seoul, Korea

(72) Inventor:

KIM, JA SUNG

(54) Title of the Invention:

Advertising Method on Computer Network Based on Pushing Advertisement Selected by User and User's Participation in Advertisement

Abstract:

An advertising method in which an advertisement selected by a user is pushed to the user's computer through a computer network. After receiving advertisements from advertisers, the advertisements are made into a database by types and/or areas of advertisements. The database is searched, and only advertisements included in a particular type and/or area selected by a user are extracted from the database. The extracted advertisements are pushed to a predetermined region within a user's web browser.

A user is allowed to select advertisements to be displayed during web surfing, thereby increasing the effect of advertisement. In addition, a user can execute actions related to an advertisement, such as receiving the content of the advertisement, participating in an event advertisement, searching and purchasing advertised products, in real time without moving to an advertiser's homepage.

(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(51) Int. Cl.⁶ (11) 공개번호 특1999-0083975
G06F 17/60(조기공개) (43) 공개일자 1999년12월06일

(21) 출원번호 10-1999-0037457
(22) 출원일자 1999년09월03일
(71) 출원인 주식회사 엔트비 김자성
(72) 발명자 서울특별시 광진구 구의동 546-4 테크노마트 28층 18호 김자성
(74) 대리인 서울특별시광진구구의동546-4테크노마트28층18호 김삼수

심사청구 : 있음

(54) 사용자 선택 광고 푸쉬 및 사용자의 광고참여에 의한컴퓨터 네트워크 상에서의 광고 방법

요약

본 발명은 사용자가 선택한 광고를 컴퓨터 네트워크를 통하여 사용자의 컴퓨터로 푸쉬(push)해주는 광고 방법으로서, 광고주로부터 광고를 신청받아 광고종류 및/또는 광고 영역별로 데이터 베이스화하고, 상기 데이터베이스를 검색하여 사용자가 선택한 일정 종류 및/또는 영역 내의 광고만을 추출한 뒤, 그 광고를 사용자 웹브라우저 내의 소정 영역으로 푸쉬해주는 컴퓨터 네트워크상에서의 광고방법에 관한 것이다.

사용자가 통상적인 웹서핑을 하면서, 동시에 자신이 선택한 광고만을 보게함으로써, 광고의 집중도를 높일 뿐 아니라, 광고주의 홈페이지로 이동하지 않고서도 해당 광고와 관련된 행위, 예를 들면, 광고내용의 접수, 이벤트 광고 참가, 광고상품의 검색 및 구입 등을 실시간으로 진행시킬 수 있다는 장점이 있다.

도표

도1

색인어

컴퓨터 네트워크, 광고, 사용자 선택

명세서

도면의 간단한 설명

도 1은 본 발명에 의한 광고방법을 구현하기 위한 시스템의 간략적인 구성을 도시하는 것이다.

도 2는 본 발명에 의한 광고 방법의 흐름을 전체적으로 나타내는 흐름도이다.

도 3은 도 2의 흐름도에서 광고접수 및 광고 데이터베이스화에 대한 상세한 흐름을 도시하는 것이다.

도 4는 도 2에 도시된 회원 가입 및 응용 프로그램 설치 단계를 상세하게 도시하는 흐름도이다.

도 5는 본 발명에 의한 광고 및 회원의 참여행위를 구체적으로 도시하는 흐름도이다.

도 6은 본 발명에 의한 광고 서비스를 제공하는 웹사이트에 대한 예시로서, 도 6a는 메인 화면, 도 6b는 광고 등록 신청화면, 도 6c는 회원 가입화면 및 6d는 회원 가입 확인/프로그램 다운로드 화면을 도시한다.

도 7은 본 발명에 의한 응용 프로그램을 실행시켰을 때, 회원의 웹브라우저 상에 나타나는 광고창을 도시하는 것이다.

도 8은 퀴즈 풀이 광고와 같은 이벤트 광고를 디스플레이하고, 회원이 그 광고에 참여하는 절차를 도시한다.

도 9는 본 발명에 의한 응용 프로그램의 광고창을 통하여 상품을 검색하여 구입하는 과정을 도시한다.

도 10은 즉시 구매 광고를 통한 상품 구입 절차를 도시한다.

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

본 발명은 사용자가 선택한 광고를 컴퓨터 네트워크를 통하여 사용자의 컴퓨터로 푸쉬(push)해 주고 사용자가 그에 반응하게 하는 광고 방법, 더 상세하게는 광고주로부터 광고를 신청받아 데이터 베이스화하고, 사용자가 선택한 일정 카테고리 내의 광고만을 사용자 웹브라우저 내의 소정 영역으로 푸쉬해 주고, 사용자로 하여금 그 광고와 관련된 행위를 하도록 하는 컴퓨터 네트워크상에서의 광고방법에 관한 것이다.

최근, 인터넷을 사용자가 급격하게 증가함에 따라, 인터넷은 컴퓨터와 컴퓨터가 연결된 네트워크라는 의미에서보다는 기업과 개인, 개인과 개인간의 상호 커뮤니케이션을 실시간으로 가능하게 해주는 뉴 미디어(media)로서의 역할을 하고 있으며, 이에 따라서 인터넷 상에서의 각종 광고에 대한 관심이 증가하고 있다.

인터넷 광고의 유형을 보면, 웹서비스, 전자메일 서비스, 및 푸쉬 서비스 등으로 크게 나눌 수 있으며, 웹서비스를 이용한 인터넷 광고는 일반적인 광고유형으로서, 검색엔진이나 유명 언론사 홈페이지에 접속할 때 흔하게 볼 수 있는 배너광고(Banner AD)가 그 대표적인 형태이다. 배너 광고는 광고주의 홈페이지로 링크되어 있어, 인터넷 사용자가 인터넷 광고를 클릭하게 되면 기업의 홈페이지 및 관련 사이트로 연결되도록 되어 있다. 이러한 광고방식은 지금까지의 가장 대표적인 인터넷 광고방법이지만, 특정 사이트에 들어와야만 광고를 볼 수 있고, 알려진 사이트에 등록한 경우에만 광고효과가 있으며, 사용자의 특별한 관심을 끄는 아이디어를 살린 디자인이 어렵다는 단점이 있다. 또한, 최근 유행하고 있는 광고방식으로서, 광고를 클릭하면 보상을 하는 광고는, 광고를 보고 얻을 수 있는 수익금이 적기 때문에 대부분의 광고 수요자가 어린 학생층으로 이루어지는 경우가 많아서, 광고주의 일차적인 타겟인 경제력있는 성인에 대한 광고가 이루어지기 어려우며, 웹사이트 접속 즉시 나오기 때문에 실제로 광고 내용이 잘 전달되지 않는다는 단점이 있다.

두 번째로는, 근래에 활용도가 높은 전자메일을 이용한 광고방법으로서, 인터넷을 이용하여 각종 정보를 특정 타겟 그룹에 전달하는 새로운 방법의 DM(Direct Mail)을 들 수 있다. 기존의 전자메일은 텍스트 위주로 주고 받았으나, 현재는 그래픽과 동화상을 이용한 멀티미디어 전자메일을 이용하여 효과적인 제품 정보를 전달하기도 한다.

또한, 근래에는 사용자의 요청에 따라 정보를 제공하는 종래의 풀(pull) 방식에서 벗어나 푸쉬(push)기술을 통한 정보 전달 방법이 개발되고 있다. 이러한 푸쉬 기술이란, 서버가 클라이언트의 요청이 있을 때까지 기다리지 않고, 클라이언트에 의하여 미리 선택된 카테고리의 정보를 자동으로 클라이언트에게 전달(푸쉬)하고, 사용자는 원하는 때에 푸쉬된 정보를 볼 수 있다. 이러한 푸쉬에 의한 정보 제공은, 컴퓨터 화면에서 보여지는 바로는 현재의 브라우저 방식과 다른 점이 없으나, 사용자가 정보를 가져올 수 있는 프로그램을 자신의 컴퓨터에 설치해 놓으면 서비스 제공자는 이 프로그램을 통하여 계속해서 정보를 제공한다는 점에서 오히려 TV 또는 라디오와 같은 매체와 유사하다고 할 수 있다. 이러한 푸쉬 기술을 이용하여 정보를 제공받기 위해서는 종래의 웹 브라우저 이외에 특수한 프로그램이 사용되며, 그 프로그램에 의하여 자체의 포맷을 가지는 화면이 제공되고 그 포맷에 의하여 분류된 장소에 네트워크 상의 해당 정보가 전달되어 저장된다. 해당 정보는 사용자 또는 프로그램이 정하는 시간 주기마다 갱신되어 전달되며, 사용자는 원하는 때에 저장된 최신 정보를 볼 수 있으며, 정보 전달을 실시간으로 이루어지도록 할 수도 있다.

이러한 푸쉬 기술을 이용한 대표적인 것으로는 포인트캐스트(pointcast) 서비스가 있다. 이 서비스에 의하면, 뉴스, 주식, 날씨 등의 항목으로 나누어져 각각에 푸쉬되어 저장된 정보를 볼 수 있는 채널뷰어(channel viewer)기능과, 다른 작업 도중에도 주석과 같은 중요한 정보를 수평 스크롤에 의하여 계속 보여주는 기능 및 스크린 세이버 대신 필요한 정보 또는/및 광고를 보여주는 기능등을 보유하고 있다.

이러한 푸쉬 기술을 이용한 광고는, 인터넷에 연결된 클라이언트(Client)에게 클라이언트가 원하는 정보나 인터넷 정보 제공 기업들이 각색한 정보를 실시간으로 보내주는 서비스이다. 이러한 서비스는 인터넷으로 연결되어 있는 기업체 개개인의 컴퓨터에 필요한 정보를 보내줌과 동시에 광고하고자 하는 해당 기업의 서비스 또는 상품 정보를 클라이언트 컴퓨터의 창(Windows)에 계속적으로 전달하며 광고효과를 배가시키는 방법이다. 이러한 푸쉬 기술에 의한 광고는 푸쉬 서비스 제공서버가 소정 광고를 클라이언트가 요청한 각종 정보와 함께 사용자에게 전송함으로써 이루어지며, 이렇게 전송된 광고는 푸쉬 서비스 고유의 정보 제공 화면상에 나타나게 된다. 또한, 최근에는 여러 ISP(Internet Service Provider)가 자체적으로 개발한 웹브라우저를 이용하여 푸쉬 광고가 이루어지고 있으며, 예를 들면, 웹브라우저 상단의 일부 영역에 광고창(AD windows)이 형성되어 있고, 이 광고창에는 사용자가 보고 있는 웹페이지에 상관이 없이 항상 애니메이션 또는 배너광고가 표시된다.

이러한, 푸쉬 기술을 이용한 광고는 사용자가 요청하지 않더라도 항상 사용자에게 보여진다는 점에 있어서, 상당히 적극적인 광고방법이라고 할 수 있으나, 사용자의 입장에서 보면 자신이 원하지 않더라도 광고가 항상 디스플레이된다는 점에서 불편할 수 있을 뿐 아니라, 자신이 원하는 광고가 표시될 때 해당 배너 등을 클릭하면, 자신이 현재 보고 있던 웹페이지를 떠나 해당 광고 기업의 홈페이지로 이동하므로 광고를 본 후에 다시 원래 보던 웹사이트로 돌아와야 한다는 단점이 있다. 또한, 사용자가 원하는 광고의 종류에 무관하게 서버가 보내는 광고만을 전송받을 수 있기 때문에 자신이 원하는 광고만을 받을 수 없고, 사용자가 해당 광고를 보는 것에 의하여 어떠한 이익도 발생하지 않으므로, 사용자에게는 별 매력적이지 않다.

전술한 종래의 인터넷 광고는 모두 일방적(one-way)으로 사용자에게 전달하는 형식으로 이루어지고 있다. 즉, 광고내용을 사용자에게 전달할 뿐이고, 사용자로 하여금 광고에 적극적으로 참여하게 하지는 못한다는 점에서, TV, 신문과 같은 다른 멀티미디어상에서의 광고와 다른점이 없었다. 그러나, 컴퓨터 네

트위크 상에서는 광고전달 후 광고물의 표현방법, 광고 카피 등에 대해서 즉각적인 사용자의 피드백(feedback)을 얻을 수 있는 것과 같이 광고가 인터랙티브(interactive)하게 이루어질 수 있다는 장점을 이용할 수 있다. 즉, 서버가 광고라는 정보를 전달하고, 클라이언트(사용자)는 그 광고정보에 대한 반응을 다시 서버로 보냄으로써 광고의 효율을 높일 수 있다. 비록, 광고를 본 시간 또는 배너광고 클릭한 횟수에 따라 소정의 보상을 하는 인터넷광고가 존재하지만, 이러한 경우도 단지 광고내용을 보거나 배너를 클릭하는 정도의 미약한 사용자 참여가 있을 뿐이다.

따라서, 본 발명은 사용자가 통상적인 웹서핑을 하면서, 동시에 자신이 선택한 광고만을 전달받고, 그 광고에 대하여 사용자가 반응할 수 있도록 함으로써, 광고의 집중도를 높일 뿐 아니라, 광고주의 홈페이지로 이동하지 않고서도 해당 광고와 관련된 행위, 예를 들면, 광고내용의 접수, 이벤트 광고 참가, 광고상품의 검색 및 구입 등을 실시간으로 진행시킬 수 있는 인터넷 상에서의 광고방법을 제공하기 위함이다.

본 발명이 이루고자하는 기술적 과제

본 발명의 목적은 사용자가 선택한 광고만을 사용자에게 푸쉬해주는 방식의 광고 방법을 제공하는 것이다.

본 발명의 다른 목적은 웹브라우저 화면의 일정 영역에 형성된 창을 통하여 사용자가 선택한 광고를 실시간으로 제공하고, 그 창을 통하여 광고와 관련된 각종 행위, 즉 광고 전달, 광고 이벤트 참가, 광고 상품 구입 등을 직접 수행할 수 있는 컴퓨터 네트워크 상에서의 광고방법을 제공하는 것이다.

본 발명의 또다른 목적은 하나의 창을 통하여 광고를 전달함으로써 사용자의 웹서핑을 방해하지 않고, 사용자가 원하는 분야의 광고만을 전송함으로써 광고의 집중력을 높일 수 있는 컴퓨터 네트워크 상에서의 광고방법을 제공하는 것이다.

본 발명의 구성 및 작용

전술한 바와 같은 목적을 달성하기 위한 광고방법은, 사용자(수요자)와 광고주 사이의 광고 중개에 의하여 제공되며, 다양한 종류의 광고를 가지는 광고주와 그 광고 중 일부만을 필요로 하는 사용자 사이의 중개함으로써, 사용자에게는 원하는 광고만을 제공하고 그 광고에 적극적 또는 소극적으로 참여하게 함으로써 각종 수익을 얻게 함과 동시에, 광고주의 입장에서는 자신이 광고를 원하는 사용자에게만 광고를 전달하고 그에 반응하도록 함으로써 광고의 효율성을 높일 수 있게 한다.

이러한 광고 방법을 단계별로 살펴보면, 컴퓨터 네트워크를 통하여 광고주로부터 광고를 접수하여 광고 종류 및 영역별로 구분한 후 데이터베이스에 저장하는 단계와, 클라이언트의 인적사항과, 전송방식을 원하는 광고 종류 및 영역 중 하나 이상을 포함하는 회원정보를 컴퓨터 네트워크로 접수하여 회원으로 등록하고, 회원별 회원정보를 데이터베이스에 저장하는 단계와, 해당 회원에게 응용 프로그램을 전송하여 설치하게 하는 단계와, 회원이 상기 컴퓨터 네트워크에 온라인된 경우에, 상기 광고 데이터베이스에 저장된 광고를 검색하여, 상기 회원이 선택한 광고 종류 및/또는 영역에 해당되는 광고만을 추출하는 단계와, 상기 추출된 광고를 회원 컴퓨터의 웹브라우저 화면의 일부 영역에 형성된 광고창으로 푸쉬하는 단계와, 상기 회원으로 하여금 푸쉬된 광고를 보고 광고와 관련된 행위를 하게 하고, 광고주 및 광고 방법 제공자 중 하나가 회원의 상기 광고 관련 행위에 따라 회원에게 소정의 보상을 하는 단계로 이루어진다.

상기 광고 종류는 정보만을 전달하고 사용자에게 특별한 보상이 없는 단순 정보 전달광고일 수도 있으나, 특히, 회원의 광고참여를 높이기 위하여, 광고 게시시간에 해당되는 마일리지를 받아 해당 광고주의 상품을 구입할 때 할인받는 마일리지 광고와, 광고창을 통하여 전달된 퀴즈들과같은 이벤트에 참가함으로써 각종 상품과 같은 일정 보상을 받을 수 있는 이벤트성 광고와 게시되는 광고를 보고 해당 상품에 대한 구체적인 정보를 주문하거나 직접 상품을 구입할 수 있는 즉석 구매 광고 등이 바람직하다. 그러나, 이러한 광고에 한정되는 것은 아니다. 또한, 광고의 영역은 일반적인 쇼핑몰에서의 카테고리 구분과 같이 광고주가 광고하고자 하는 상품 또는 서비스의 카테고리(category)를 의미하는 것으로서, 예를 들면, 가구, 건강식품, 꽃, 농수산물, 사무용품, 성인용품, 어린이용품, 여성용품, 영화,음악, 음료/주류, 의류/미용, 자동차, 잡화/생활용품, 종합가전, 컴퓨터, 기타 등으로 구분될 수 있으나, 여기에 한정되는 것은 아니다.

광고주는 자신이 직접 각 광고의 종류 및 영역을 지정하여 서버로 전송할 수도 있고, 아니면, 광고주는 광고 내용만을 서버로 보내고 서버가 광고내용을 분석하여 영역별 및 종류별로 구분하여 데이터 베이스에 저장할 수도 있다.

회원 등록을 위한 클라이언트의 인적 정보는 성명, 주소, 성별, 전자메일 주소 등을 포함할 수 있으나, 이에 한정되는 것은 아니며, 클라이언트가 선택할 수 있는 광고 종류는 전술한 단순 정보 전달 광고, 마일리지 광고, 이벤트성 광고, 즉석 상품 구매 광고 중 하나 이상일 수 있으나, 역시 여기에 한정되는 것은 아니고, 다른 광고 영역이 있을 수 있다. 또한, 회원이 선택할 수 있는 광고의 영역도, 전술한 바와 같은 구분(가구, 건강식품, 꽃, ...)을 따를 수 있으나, 그에 제한되는 것은 아니다. 회원 가입은 본 발명에 의한 광고 (중개) 서비스 제공 웹사이트에 접속하여 필요한 사항들을 입력함으로써 이루어질 수 있으며, 회원으로 등록될 때 동시에 응용 프로그램을 전송하여 자동으로 회원 컴퓨터에 설치되도록 할 수도 있고, 회원이 "응용 프로그램 다운로드" 버튼을 클릭함으로써 프로그램을 전송하고, 회원 자신이 그 프로그램을 원하는 때에 설치하도록 할 수 있다. 또한, 회원의 광고 종류 및/또는 광고 영역 선택은 회원으로 가입할 때 이루어질 수도 있으나, 회원 가입 후 온라인 또는 오프라인 상태에서 응용 프로그램을 실행시켜 자신이 원하는 광고 종류 및 영역을 선택하거나 변경할 수도 있다. 이 경우에는, 서버에 접속될 때 동시에 응용 프로그램이 그 회원이 선택한 광고 종류 및 광고 영역 정보를 서버로 보내고, 서버는 그에 따라 해당 광고만을 검색하여 전송해준다.

회원등록과 동시에 전송되는 응용 프로그램은 해당 광고 방법을 제공하는 서버(이하, "서버"라 한다)로

부터 회원이 선택한 종류 및 영역내에 있는 광고만을 전송받아 회원의 웹브라우저상에 위치한 광고창에 디스플레이하고, 전송한 광고와 관련된 행위가 있을 때 그 결과를 서버에 전송하여 행위에 대한 서버의 반응을 다시 회원에게 전달하는 기능을 한다. 이러한 응용 프로그램은 클라이언트가 웹브라우저를 실행할 때 동시에 실행되며, 회원이 컴퓨터 네트워크에 접속하는 순간 응용 프로그램이 그 사실을 서버에 알리고, 서버는 데이터베이스에서 회원의 신원과 요청한 광고 종류 및 영역을 확인함과 동시에 해당 광고내용을 검색하여 회원에게 전송한다.

상기 광고와 관련된 행위는, 단순 정보 전달 광고를 단순히 보기만 하는 행위, 마일리지 광고를 보는 행위와 같은 소극적인 행위이거나, 퀴즈와 같은 이벤트에 참가하는 행위, 및 즉석 구매 광고를 보고 상품을 구입하는 등의 적극적인 행위 등이나, 이 행위들에 한정되지는 않으며, 광고 광고종류에 따라 다른 행위들이 있을 수 있다.

상기 광고창은 광고문을 나타내기 위한 광고문 디스플레이 창과, 광고의 구체적인 내용을 상세하게 나타내기 위한 2차 디스플레이 창과, 상품 구입시 해당 상품명을 입력하는 것과 같이 회원이 적극적으로 정보를 서버로 전달하게끔하는 입력창과, 현재 전달되고 있는 광고의 종류 및/또는 영역을 구분하기 위한 광고종류 표시창과, 기타 가능 아이콘 등을 표시하기 위한 스크롤 바(scroll bar)등으로 구성될 수 있으나, 이에 한정되지는 않는다. 스크롤 바에는 즉석 상품 구입을 위한 "구입" 아이콘과, 퀴즈 등의 이벤트 참가시 보기 문항을 선택하기 위한 "문항 체크" 버튼 등이 배치된다. 또한, 해당 광고창을 숨기고 열기 위한 전체 광고창 여닫기 버튼과, 2차 디스플레이창 여닫기 버튼 및 회원이 입력한 정보를 서버로 전송하기 위한 전송 버튼 등이 있을 수 있다. 이러한 광고창에 대해서는 아래의 도면을 참고로 한 실시예에서 상세하게 설명한다.

회원이 얻을 수 있는 수익에 대하여 알아보면, 첫 번째로, 푸쉬된 마일리지 광고를 보는 것으로 소정 마일리지 또는 사이버머니등을 지불받고, 해당 광고주의 상품 구입시 할인 혜택을 받을 수 있다. 또한, 퀴즈와 같은 이벤트성 광고에 참가하여 소정의 마일리지를 받는다거나 경품을 받을 수 있다. 또한, 제공되는 즉석 상품 구매 광고에 따라, 해당 광고주의 웹사이트로 이동하지 않고서도 원하는 상품을 구체적으로 검색하고 해당 상품을 바로 구입할 수 있어서 편리하다. 마일리지 광고의 경우에는, 서버가 각 회원에게 지불된 마일리지 결과를 정산하여 광고주에게 통보하고 광고주는 그 마일리지 결과에 따라 그 회원에게 할인혜택을 줄 수 있고, 한편 누적된 마일리지에 따라 보상 상품, 상품 할인권 또는 경품을 본 발명에 의한 광고 (중개) 서비스 제공자 또는 해당 회원에게 전달할 수 있다. 경품등을 광고 (중개) 서비스 제공자에게 전달한 경우에는, 그 서비스 제공자가 해당 회원에게 경품 등을 대신 전달한다. 또한, 이벤트성 광고의 경우에는 광고주가 아닌 본 발명에 의한 광고 (중개) 서비스 제공자가 이벤트를 대행할 수 있고, 이러한 경우 경품 등은 광고 (중개) 서비스 제공자에게 전달되고, 서비스 제공자가 회원에게 경품 등을 대신 전달한다.

또한, 즉석 구매 광고를 통한 상품의 구입에는 두 가지 방법이 있을 수 있는 바, 첫 번째로 광고문 디스플레이 창을 통하여 일정한 상품에 대한 광고가 나갈 때, 회원이 그 상품에 대하여 관심이 있는 경우에는 상기 "구입" 버튼을 누른다. 그러면, 2차 디스플레이 창이 열리면서 그 상품에 대한 구체적인 정보가 개시되고, 회원은 더 상세한 사항을 검색한 뒤 최종적으로 2차 디스플레이 창에 있는 "최종구입" 버튼을 선택함으로써 상품을 구입할 수 있다. 또 다른 방법으로는, 회원이 적극적으로 입력창에 자신이 구입하고자 하는 상품명을 입력하고, 광고문 디스플레이 창과 2차 디스플레이 창을 통하여 원하는 상품을 구체적으로 검색한 뒤, 구입할 수도 있다. 이러한 두 가지 방법 모두에서, 상품을 온라인으로 구입하기 위하여 대금 결제가 컴퓨터 네트워크를 통하여 이루어질 필요가 있다. 따라서, 최종구입을 선택하면, 대금 결제를 대행 서비스의 웹사이트로 이동하게 할 수 있다. 이러한 대금결제 대행 서비스는 회원의 신용카드 정보와 같은 금융정보를 입력받아, 해당 신용카드 회사에 대금결제 승인을 요청하고, 승인된 경우에 신용카드 회사로부터 대금을 지불받아 소정의 수수료를 제한 금액을 본 발명에 의한 광고 (중개) 서비스 제공자 또는 해당 상품 판매자의 은행계좌에 입금시켜주는 기능을 한다. 이 때, 회원의 금융정보 등을 보호하기 위하여 암호화할 수도 있다.

또한, 즉석 구매 광고를 통한 온라인 거래를 위하여, 종래의 전자상거래(Electronic Commerce; EC)에서 이루어지는 각종 시스템이 사용될 수 있으며, 이러한 시스템으로는 구입자와 판매자 및 판매 중개인의 신원을 인증해주는 인증 시스템과, 구입자의 금융정보 보안을 유지시켜 주면서 전자 지불을 가능하게 해주는 보안 전자 지불 시스템 등이 있다.

이하에서는 첨부되는 도면을 참고로 본 발명에 의한 광고 (중개) 방법에 대한 실시예를 상세하게 설명한다.

도 1은 본 발명에 의한 광고방법을 구현하기 위한 시스템의 간략적인 구성을 도시하는 것으로서, 광고주 컴퓨터(11)와, 클라이언트(회원) 컴퓨터(13), 광고 (중개) 시스템(100) 및 이들을 연결하는 컴퓨터 네트워크(12)로 이루어져 있다. 광고 (중개) 시스템(100)은 서버(110)와 회원 데이터베이스(120) 및 광고 데이터베이스(130)로 이루어져 있으며, 광고주가 컴퓨터 네트워크를 통하여 보낸 광고들은 서버에서 접수되고, 광고 종류 및 영역별로 구분되어 광고 데이터베이스(130)에 저장되며, 회원이 입력한 신상정보 및 회원이 선택한 광고 종류 및/또는 영역에 관한 정보로 이루어지는 회원정보는 회원별로 구분되어 회원 데이터베이스(120)에 저장된다. 그러나, 이러한 서버(110)와, 회원 데이터베이스(120) 및 광고 데이터베이스(130)는 반드시 분리되어 구현될 필요는 없으며, 보통의 컴퓨터 시스템과 같이 통합된 형태로 구현될 수도 있다. 즉, 서버는 중앙 처리장치와 입출력장치에 해당되고, 데이터베이스는 컴퓨터의 저장장치로 대응되는 것과 같이 하나의 시스템으로 이루어질 수도 있다.

한편, 회원으로 등록되면 본 발명에 의한 광고방법을 수행할 수 있는 응용 프로그램(14)이 컴퓨터 네트워크를 통하여 클라이언트(회원) 컴퓨터로 전송되어 설치된다.

또한, 즉석 구매 광고에 의한 온라인 상품 구매를 위하여, 필요한 경우에는 전술한 바와 같은 인증 시스템 및/또는 보안 전자 지불 시스템(미도시)이 상기 컴퓨터 네트워크 또는 서버에 연결되어 있을 수 있다.

도 2는 본 발명에 의한 광고(중개)방법의 흐름을 전체적으로 나타내는 것으로서, 우선 광고주는 광고(중개)서버에 접속하여 광고내용을 입력하고, 서버는 그 광고내용을 접수한 후, 광고 종류 및 영역별로 구

보하여 광고 데이터베이스에 저장한다(S210). 클라이언트 역시 서버에 접속하여 자신의 신상정보 및 원하는 광고종류 및/또는 광고영역을 선택함으로써 회원으로 가입하고, 가입회원에게는 본 발명에 의한 광고방법을 수행할 수 있게 하는 응용프로그램을 다운로드하여 회원의 컴퓨터에 설치되게 한다(S220). 이렇게 광고 데이터베이스 및 회원 데이터베이스가 구축된 후, 회원이 서버에 접속하여 자신의 신원을 밝히면 서버는 그 회원이 요구한 광고 종류 및 광고 영역내에 있는 광고를 광고 데이터베이스로부터 검색(S230)하여 해당 광고를 회원컴퓨터로 전송하고, 응용 프로그램은 그 광고를 수신하여 웹브라우저의 일정 공간에 디스플레이한다(S240). 디스플레이되는 광고의 종류에 따라 회원은 소정의 참여행위(마일리지 광고를 보거나, 이벤트성 광고에 참가하거나, 즉석으로 상품을 구입하거나 하는)를 할 수 있으며(S250), 이러한 참여행위에 따라 회원께 미리 예정된 보상을 하거나 상품을 배달한다(S260).

도 3은 도 2의 흐름도에서 광고접수 및 광고 데이터베이스화에 대한 상세한 흐름을 도시하는 것이다. 우선 광고주는 광고(중개)서버에 접속하여 자신의 ID 및 비밀번호를 입력한다(S310). 등록된 광고주가 아닌 경우에는 광고주 등록(S312)을 하고, 자신 등록할 광고의 종류를 선택(S313)한다. 등록할 광고가 단순 정보 전달 광고일 경우에는 그 광고의 해당 영역 및 광고문을 입력하며(S320), 등록할 광고가 마일리지 광고일 경우에는 광고 영역 및 광고문 입력(S330)외에, 마일리지 조건을 입력한다(S331). 등록할 광고가 퀴즈와 같은 이벤트성 광고일 경우에는 광고영역(광고하고자 하는 상품 또는 서비스의 영역) 및 이벤트 내용을 입력(S340)한다. 이 때, 이벤트가 퀴즈인 경우에 이벤트 내용은 퀴즈문제 및 정답, 퀴즈를 수행할 시간, 퀴즈참여에 따른 보상(경품, 마일리지, 할인권 등)들을 구체적으로 입력하여야 한다. 등록할 광고의 종류가 즉석 구매 광고인 경우에는 광고 영역을 입력하고(S350), 전송할 광고 데이터베이스를 광고주의 상품 데이터베이스와 연동하여 상품 정보를 전달할 것인가를 결정(S351)한다. 데이터베이스가 연동되면 해당 상품에 관한 각종 정보가 광고주의 상품 데이터베이스로부터 제공될 수 있으므로, 상세한 상품 정보를 입력할 필요가 없으며, 연동시키지 않고자 하는 경우에는 광고하고 싶은 상품의 상세한 정보를 입력한다(S352). 온라인 구매를 위하여 채택할 대금 결제 수단을 선택하고(S353), 온라인 입금을 선택하는 경우에는 입금할 광고주의 은행계좌번호 및 예금주를 입력(S355)하고, 신용카드 결제를 선택하는 경우에는 카드결제 서비스를 제공하는 시스템으로 연결될 수 있도록 한다(S354). 이러한 절차로 각 광고종류별 광고가 접수되면, 광고 등록 일시를 기록하고(S314), 접수된 광고를 광고종류별, 광고영역별, 광고주별, 마일리지 조건별, 이벤트 내용별 등으로 구분하여 광고 데이터베이스에 저장한다(S315). 이로써 광고접수 및 광고 데이터베이스 구축이 종료된다.

도 4는 도 2에 도시된 회원 가입 및 응용 프로그램 설치 단계를 상세하게 나타내기 위한 도면으로, 클라이언트가 광고(중개)서버에 접속하면(S410), 서버는 그 클라이언트에게 회원약관 및/또는 광고(중개)서비스의 내용에 대하여 소개한다. 클라이언트가 회원가입을 원하는 경우에는 회원신상정보 및 원하는 광고영역 및/또는 종류로 이루어지는 회원 정보를 입력하게 한다(S413). 이 때, 입력하여야 할 회원신상정보는 통상적인 회원제 인터넷 서비스의 가입내용과 유사하며, 예를 들어, 회원 ID, 비밀번호, 성명, 성별, 주민등록번호, 자택주소, 자택전화번호, 직장 및 학교, 직장 전화번호, 직장 주소, 휴대폰 번호, E-Mail 주소 등을 포함할 수 있다. 또한, 전송할 바와 같이, 받아보고자 하는 광고 종류 및/또는 광고영역의 선택은 온라인 상태에서 광고(중개)사이트의 웹페이지상에서 할 수도 있으나, 오프라인 상태에서 응용 프로그램을 실행하여 수행될 수도 있다. (그러나, 본 흐름도에서는 온라인 상태에서 광고 종류 및 영역의 선택이 이루어지는 것으로 도시한다.) 이렇게 입력된 회원 신청 정보가 서버로 전송되면, 가입 확인 절차(S415)를 거치고, 응용 프로그램을 지금 다운로드받을 것인가를 선택하게 한다(S416). 회원의 선택에 따라, 응용 프로그램을 다운로드 시켜 회원의 컴퓨터에 설치되도록 한다.

도 5는 본 발명에 의한 광고 및 회원의 참여행위를 구체적으로 도시하는 흐름도로서, 회원이 광고(중개)서버에 접속(S510)하여 자신의 ID 및 비밀번호를 입력(S511)하면, 서버는 그 회원의 신원을 확인하여 그 회원이 선택한 광고종류를 데이터베이스로부터 검색한다. 회원의 선택 광고의 종류가 단순 정보 전달광고인 경우에는, 최근 자료가 있는 지를 판단(S520)하여, 최근자료가 있는 경우에는 그 최근자료 검색(S521)하고, 없는 경우에는 과거의 자료를 검색(S522)하여 해당 광고를 추출한 다음 회원에게 전송(S523)한다. 이 때, 전송시간 및 광고주를 기록(S524)하는 것이 바람직하다.

선택 광고의 종류가 마일리지 광고인 경우에도 위와 같이 최근 자료검색 단계(S530 내지 S532)를 거쳐, 해당 마일리지 광고를 추출해내 회원에게 전송한다(S533). 이 때에는, 그 마일리지 광고를 보는 회원에게 혜택을 부여하기 위하여 광고시간(광고전송시간) 및 광고주를 기록(S534)하여야 한다.

선택한 광고의 종류가 이벤트성 광고, 특히 퀴즈광고인 경우에는 퀴즈 문제의 내용을 전송(S540)하고, 회원의 응답을 수신(S541)한 뒤, 정오답을 판단하고 그 결과를 회원에게 전송하고(S542), 퀴즈참가에 대한 메시지(참가자수와 정답자 수 등)를 전송(S543)한 뒤, 이벤트가 종료되었는지를 판단(S544)하고 종료되었으면, 이벤트 결과(퀴즈 당첨자 등)를 회원에게 전송(S545)한다.

선택한 광고의 종류가 즉석 구매 광고인 경우에는, 회원이 상품에 대하여 상세한 검색을 원하는 지를 판단하고(S550), 상세 검색 시스템(S551)을 통하여 상품을 선택하게 한다(S552). 상품 구입을 선택하면, 주문 및 결제 시스템(S553)을 거쳐 대금 결제를 수행한다.

이렇게 광고 종류별로 회원의 참여가 이루어지면, 해당 회원의 컴퓨터에 있는 응용 프로그램이 광고주별로 광고 참여 데이터를 산출(S513)해내고, 그 광고 참여 데이터를 서버로 전송한다(S514). 서버는 광고 참여 데이터를 접수하여, 광고주 컴퓨터로 전송하고(S515), 광고주 또는 본 발명에 의한 광고(중개)서비스 제공자는 해당 회원에게 적절한 보상(마일리지에 따른 상품 할인권, 퀴즈결과에 따른 경품)을 하거나, 구입한 상품을 회원에게 배달(S516)한다.

도 6은 본 발명에 의한 광고(중개)서비스를 제공하는 웹사이트에 대한 실시예로서, 도 6a는 메인 화면, 도 6b는 광고 등록 신청화면, 도 6c는 회원 가입화면 및 6d는 회원 가입 확인/프로그램 다운로드 화면을 도시한다.

광고주 또는 일반인이 광고(중개)사이트에 접속하면, 도 6a와 같이 회원 가입 버튼과, 광고 등록 신청 버튼 및 응용 프로그램 다운로드 버튼이 제공된다. 광고주는 광고 등록 신청 버튼을 클릭함으로써 도 6b와 같은 화면으로 이동한다.

도 6b는 광고 등록 신청화면으로서, 회원으로 등록된 광고주는 자신의 ID 및 비밀번호를 입력하고, 아직 등록하지 않은 광고주는 "광고주 등록" 버튼을 클릭하여 광고주로 등록한다. 광고 신청 사항에는 광고 종류, 광고 영역, 광고 계약 기간 및 광고문과 같은 광고에 대한 상세한 정보를 입력하는 광고 내용란이 제공된다. 본 도면에서는 "이동전화"에 대한 "이벤트(퀴즈) 광고"를 신청하는 예를 도시하였다. 이 경우, 광고 내용란에는 광고문구 이외에, 퀴즈의 문항 및 정답, 각 퀴즈문항의 전송 시간, 퀴즈 당첨자에게 주어질 경품과 같은 보상내용 등을 상세하게 기재하여야 한다.

도 6c는 일반 클라이언트의 회원 가입 신청화면을 도시하는 것으로서, 자신에 대한 인적사항(성명, ID, 비밀번호, 주소, 연락처 등)을 기재함과 동시에, 받아보고자 하는 광고의 종류 및 광고의 영역을 선택하도록 한다. 본 도면에서는 통상의 윈도우 화면과 같이 각 항목에 대하여 "체크 버튼"식으로 광고의 종류 및 광고의 영역을 선택하도록 하였다. 모두 입력한 뒤, "가입"버튼을 클릭하면, 도 6d와 같이 회원 가입 확인 화면이 제공되고, 이 화면에서는 본 발명에 의한 광고 (중개) 서비스를 제공하기 위한 응용 프로그램 다운로드 버튼이 제공된다.

도 7 내지 도 10은 본 발명에 의한 광고 서비스에 의하여, 회원의 컴퓨터 웹브라우저 상에 나타나는 각종 광고화면 및 광고 참여 절차를 도시하는 것이다.

도 7은 본 발명에 의한 응용 프로그램을 실행시켰을 때, 회원의 웹브라우저 상에 나타나는 광고창을 도시하는 것으로서, 도 7a는 광고창만을 나타내고, 도 7b는 통상의 웹브라우저내에 상기 광고창이 배치되어 있는 상태를 도시하는 것이다.

도 7a와 같이, 광고를 디스플레이하기 위한 광고창은, 현재 디스플레이 되는 광고의 종류를 표시하는 "광고 종류 표시창", 광고문이 디스플레이되는 "광고문 디스플레이 창", 상품이나 광고에 대한 상세한 정보를 디스플레이하기 위한 "2차 디스플레이 창", 회원의 적극적인 정보 전달을 서버로 전달하기 위한 "입력창" 및, 퀴즈정답선택 또는 구입상품번호 선택을 위한 문항 체크 버튼(1번부터 0번까지)과 상품 구입 아이콘이 있는 "스크롤 바"로 이루어져 있다. 한편, 추가적으로, 입력창에 입력한 내용을 서버로 전송하기 위한 "전송" 버튼과, "2차 디스플레이 여닫기" 버튼 및 "전체 광고창 여닫기" 버튼이 추가적으로 제공되어 있다. "광고 종류 표시 창"에는 현재 디스플레이되는 광고의 종류를 문자 또는 캐릭터로 나타낼 수 있다.

도 7b는 도 7a와 같은 광고창이 보통의 웹브라우저상에 배치된 화면을 도시하는 것으로서, 웹브라우저 화면의 우측 하단에 위치하고 있으나, 다른 위치에 배치될 수도 있다.

도 8a 내지 도 8e는 퀴즈 풀이 광고와 같은 이벤트 광고가 디스플레이되고, 회원이 그 광고에 어떻게 참여할 수 있는 지를 도시하는 것으로, 도 8a에서와 같이 광고종류표시 창에 해당 광고가 이벤트성 광고임을 나타내는 "꿀벌" 캐릭터가 표시되고, 광고문 디스플레이 창에는 광고에 대한 간략한 소개가 게시된다. 도 8b에서는 1차 퀴즈문제가 광고문 디스플레이 창에 표시되고, 2차 디스플레이 창에는 그 문제에 대한 보기가 1번 부터 4번까지 제공된다. 이 때, 스크롤 바에 있는 문항 체크 버튼은 보기의 개수에 해당되는 1 내지 4번까지의 버튼만 활성화되고, 회원은 그 중 하나를 선택한다(도 8c). 도 8d에서는 정답 여부를 알려주고, 그 때까지의 참가자수와 정답자 수 등 퀴즈에 관한 정보를 2차 디스플레이 창에 나타낸다. 도 8e에서는 2차 퀴즈에 대한 예고문이 전송되고, 이러한 퀴즈풀이가 모두 끝나면, 도 8f와 같이 최종 퀴즈 풀이 결과를 회원에게 전송한다. 이러한 퀴즈 결과는 서버로부터 광고주의 컴퓨터로 전송되고, 해당 회원에게 경품을 주거나, 퀴즈참가에 대하여 주어지는 마일리지 혜택 등 적절한 보상을 하게 한다.

도 9a 내지 도 9i는 본 발명에 의한 응용 프로그램의 광고창을 통하여 상품을 검색하여 구입하는 과정을 도시하는 것으로서, 회원이 검색하고자 하는 상품명을 "입력창"에 입력하면(도 9a), 데이터베이스에 저장되어 있는 해당 상품의 회사명을 "광고문 디스플레이 창"에 전송해준다(도 9b). 이 때에도 전송된 회사명의 개수와 일치하는 문항 체크 버튼만이 활성화되고, 회원은 그 중 원하는 회사번호를 클릭한다. 그 이후에는 그 회사제품중 세부적인 브랜드 및 사양을 위와 같은 방법으로 선택하게 한 뒤(도 9c 내지 도 9f), "구입" 버튼을 누른다(도 9g). 이 때, 제품의 사진 등과 같은 상세 정보는 2차 디스플레이 창에 나타낸다. 도 9h에서는 구입한 상품의 내역을 확인하기 위하여, "광고문 디스플레이 창"과 "입력창"을 통한 문답형식으로 선택한 상품을 확인한 뒤, 최종적으로 "2차 디스플레이 창"에 있는 "최종 구입" 버튼을 누른다. 그러면, 대금을 결제할 수 있는 화면이 제공되고(미도시), 대금결제가 신용카드 거래와 같이 바로 이루어 진 경우에는 도 9i와 같이 상품 구입에 관련된 내용이 회원에게 전송된다. 서버는 상품 구입 정보를 해당 광고주에게 전송하고, 광고주는 해당되는 상품을 회원에게 배달함으로써 상품 구입이 완료된다.

도 10은 즉석 구매 광고를 통한 상품 구입 절차를 도시하는 것으로서, "광고문 디스플레이 창"에 즉석 상품 구매 광고가 나가고(도 10a), 회원이 그 상품을 구입하고자 하는 경우에는 광고가 나오는 상태에서 스크롤 바에 있는 "구입" 버튼을 클릭한다(도 10b). 그러면, 도 9d 내지 도 9i와 동일한 절차를 거쳐 상세한 상품 정보를 검색하고, 원하는 상품을 구입하게 된다.

발명의 효과

본 발명은 광고주와 수요자 사이를 매개하는 광고 중개 서비스로서, 광고주의 광고를 종류 및 영역별로 데이터베이스화하고, 수요자로 하여금 원하는 광고 종류 및 영역을 선택하게 한 뒤, 해당되는 광고만을 회원의 웹브라우저상에 전송해주는 방법을 제공한다. 따라서, 사용자가 통상적인 웹서핑을 하면서, 동시에 자신이 선택한 광고만을 보게함으로써, 광고의 집중도를 높일 뿐 아니라, 광고주의 홈페이지로 이동하지 않고서도 해당 광고와 관련된 행위, 예를 들면, 광고내용의 접수, 이벤트 광고 참가, 광고상품의 검색 및 구입 등을 실시간으로 진행시킬 수 있다는 장점이 있다.

(57) 청구의 범위

청구항 1. 컴퓨터 네트워크를 통하여 광고주로부터 광고를 접수하여 광고 종류 및 영역별로 구분한

후 데이터베이스에 저장하는 단계;

클라이언트의 인적사항과, 전송받기를 원하는 광고 종류 및 광고 영역 중 하나 이상을 포함하는 회원정보를 컴퓨터 네트워크로 접수하여 회원으로 등록하고, 회원별 회원정보를 데이터베이스에 저장하는 단계;

해당 회원에게 응용 프로그램을 전송하여 설치하게 하는 단계;

회원이 상기 컴퓨터 네트워크에 온라인된 경우에, 상기 광고 데이터베이스에 저장된 광고를 검색하여, 상기 회원이 선택한 광고 종류 및/또는 영역에 해당되는 광고만을 추출하는 단계;

상기 추출된 광고를 회원 컴퓨터의 웹브라우저 화면의 일부 영역에 형성된 광고창으로 푸쉬하는 단계;

상기 회원은 푸쉬된 광고를 보고 광고와 관련된 행위를 하고, 광고주 및 광고 방법 제공자 중 하나가 회원의 상기 광고 관련 행위에 따라 회원에게 소정의 보상을 하는 단계;로 이루어지는 것을 특징으로 하는 사용자 선택 광고 푸쉬를 이용한 컴퓨터 네트워크 상에서의 광고 방법.

청구항 2. 제 1 항에 있어서,

상기 광고 종류는, 광고 게시시간에 따라 마일리지 혜택을 받는 마일리지 광고와, 상기 광고창을 통하여 전달된 이벤트에 참가함으로써 일정 보상을 받을 수 있는 이벤트성 광고 및, 게시되는 광고를 보고 해당 상품에 대한 구체적인 정보를 주문하거나 직접 상품을 구입할 수 있는 즉석 구매 광고 등으로 나누어지는 것을 특징으로 하는 사용자 선택 광고 푸쉬를 이용한 컴퓨터 네트워크 상에서의 광고 방법.

청구항 3. 제 2 항에 있어서,

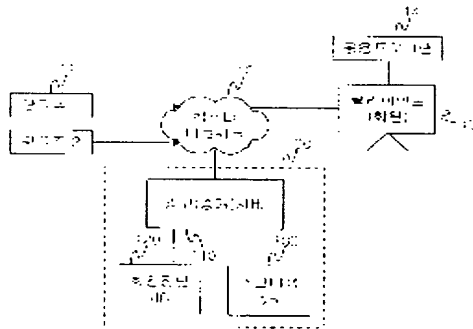
상기 광고와 관련된 행위는, 마일리지 광고를 보는 행위, 이벤트성 광고의 이벤트에 참가하는 행위, 및 즉석 구매 광고를 보고 상품을 구입하는 행위중 하나 이상이고, 회원의 광고 관련 행위에 따라서 회원에게 주어지는 상기 소정 보상은 마일리지 적립에 따른 혜택, 이벤트 참가에 따른 보상 및 상품에 관한 정보제공 또는 구입상품 인도 중 하나 이상인 것을 특징으로 하는 사용자 선택 광고 푸쉬를 이용한 컴퓨터 네트워크 상에서의 광고 방법.

청구항 4. 제 1 항 내지 제 3 항중 어느 한 항에 있어서,

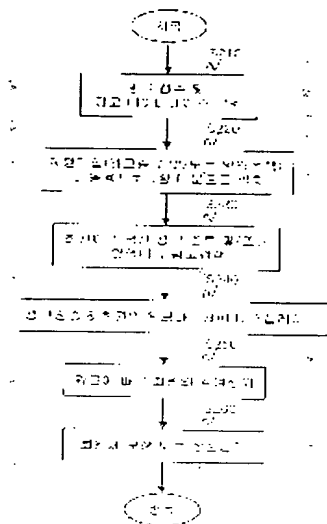
상기 광고창은 광고문을 나타내기 위한 광고문 디스플레이 창과, 광고의 구체적인 내용을 상세하게 나타내기 위한 2차 디스플레이 창과, 회원의 적극적인 요구사항을 입력하는 입력창과, 현재 전달되고 있는 광고의 종류 및/또는 광고 영역을 표시하기 위한 광고종류 표시창과, 문항 체크 버튼과 구입 버튼을 포함하는 스크롤 바(scroll bar)로 이루어지는 것을 특징으로 하는 사용자 선택 광고 푸쉬를 이용한 컴퓨터 네트워크 상에서의 광고 방법.

도면

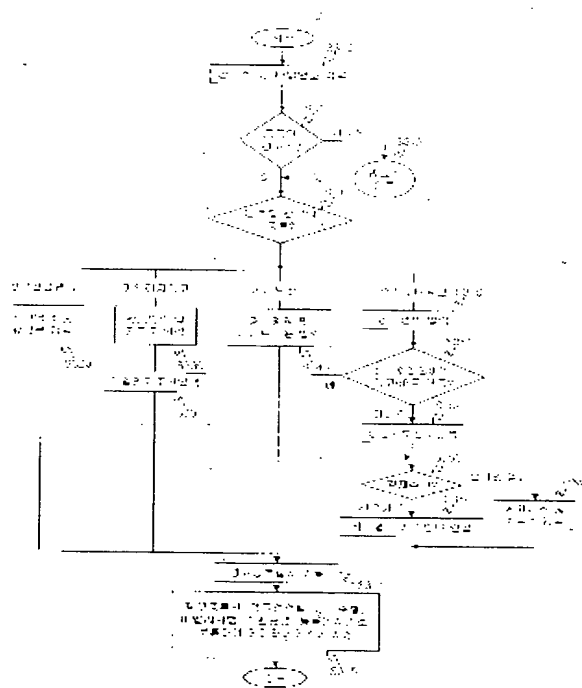
도면1



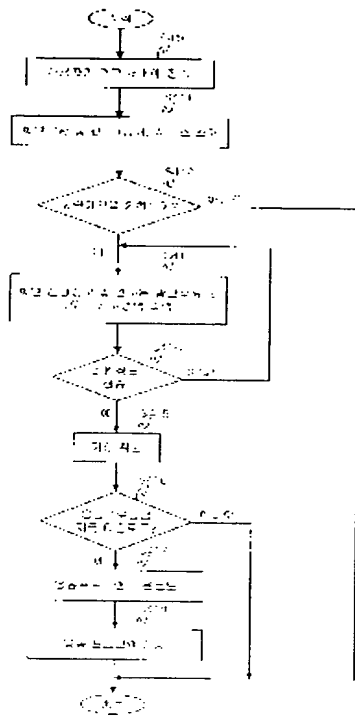
502



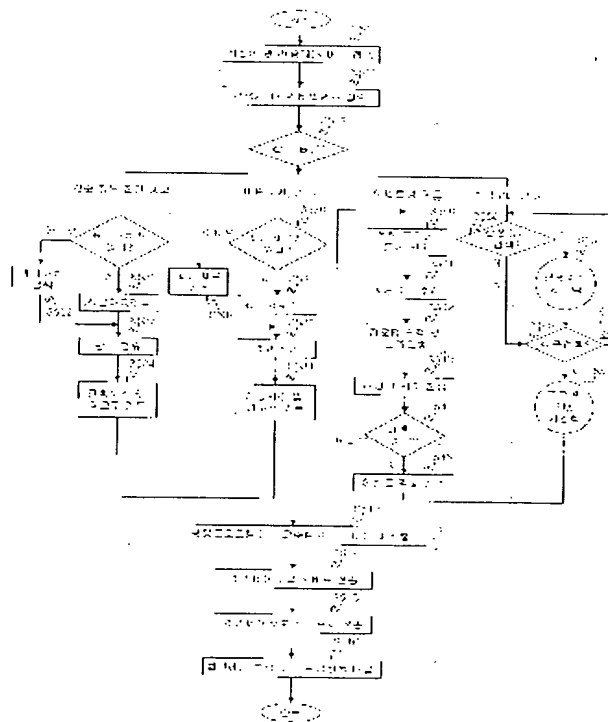
503



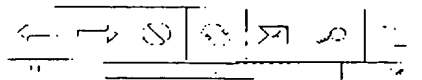
22



END



도면a



종교(종가) 지니스 이종연(이종연)의 아들 종가

종가 (종가) | 종가 (종가)

도면b



종가 (종가)

종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

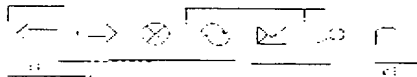
종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

도면c



종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

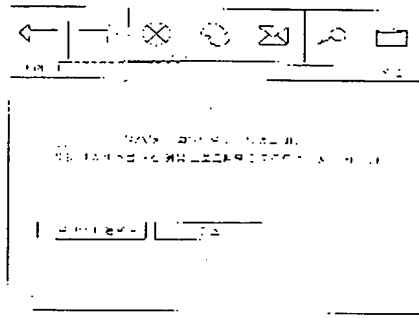
종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

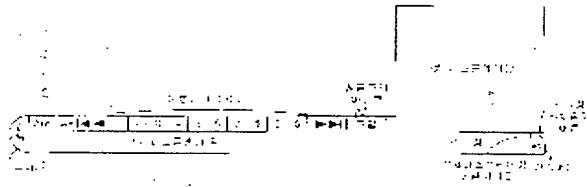
종가 (종가) | 종가 (종가)

종가 (종가) | 종가 (종가)

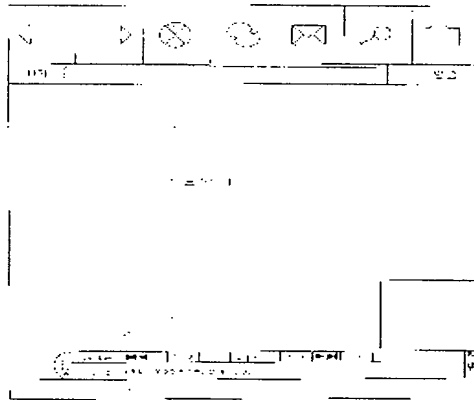
도면 5



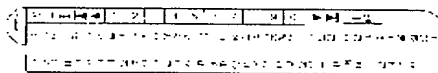
도면 7a



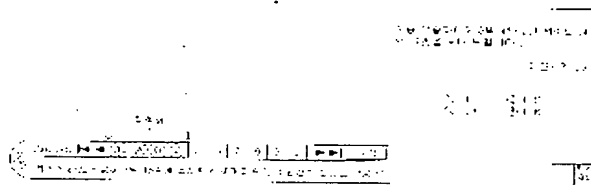
도면 7b



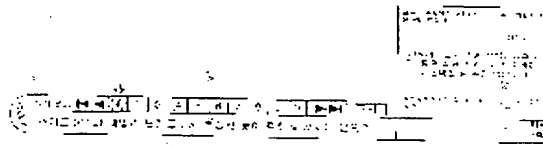
도면 8a



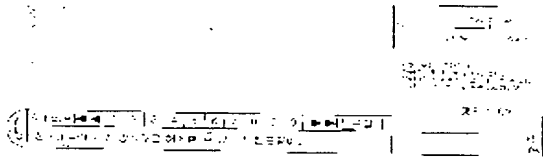
도면 8b



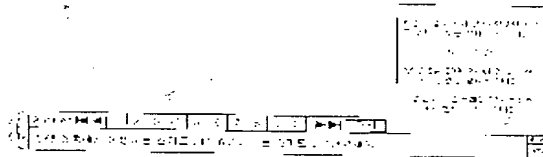
도 88c



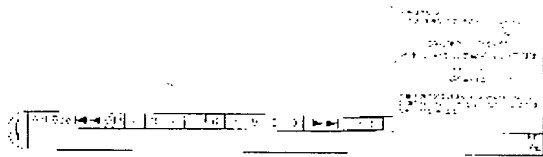
도 88d



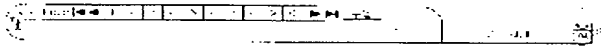
도 88e



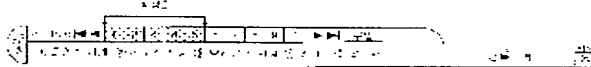
도 88f



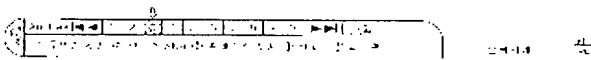
도 88a



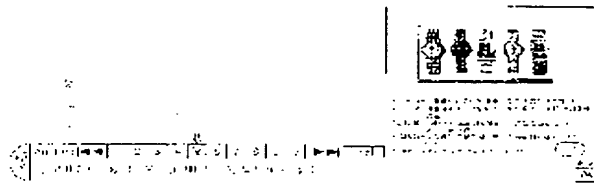
도 88b



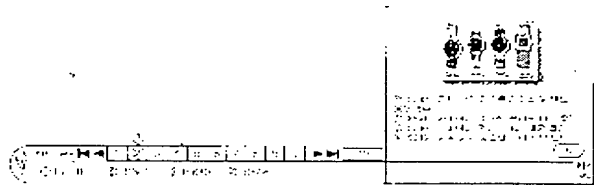
도 88g



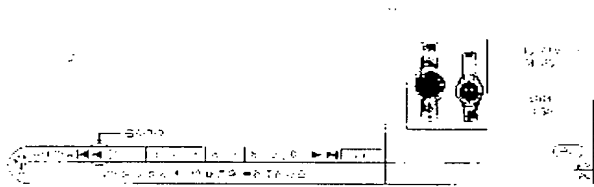
도면 3



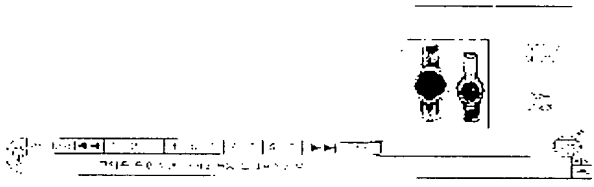
도면 4



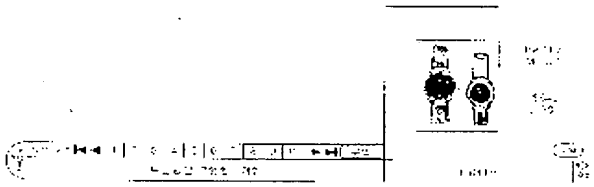
도면 5



도면 6



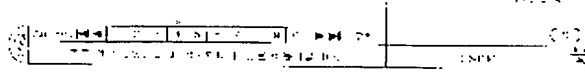
도면 7



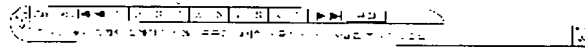
도면 9

도면 9의 상세
도면 9의 상세
도면 9의 상세
도면 9의 상세
도면 9의 상세

도면 9의 상세



도면 10a



도면 10b

